

# 国际传播要以效果为最终目的

□ 赵启正

习近平总书记在中共中央政治局第三十次集体学习时，对加强和改进国际传播工作提出了具体要求：讲好中国故事，传播好中国声音，展示真实、立体、全面的中国，是加强我国国际传播能力建设的重要任务。

## 让“故事驱动国家”

故事是人类文化的基本元素和重要标识。在国际出版界流行一句话，叫“故事驱动国家”，意思是一个国家的故事传播得越广，世界对其了解就越多。美国的故事在中国流传甚广，从歌星到球队，从乔布斯到总统大选，也包括种族歧视、频繁的枪击事件等等，皆耳熟能详，于是听者也对美国有了不同的判断。由此可见，故事能搭载着国家在世界“旅游”，讲好故事，传播好故事非常重要。

对一个未曾到访中国的人而言，在他心中，这是“美丽的中国”“和平的中国”，还是“丑陋的中国”“霸权的中国”，抑或是“说不清的中国”，很大程度上取决于其所知的中国故事。

中国故事是由众多故事构成的。为什么要讲故事？因为故事真实、生动，容易感动人，容易被记住。故事往往离真实最近，故事中有哲学。

伟大的国家必有丰富的故事。我们要讲哪些中国故事？讲故事绝不是像写小说、拍电影那样编个故事，而是讲中国真实的事情，讲中国的制度国情、内外政策、历史文化，讲今天中国的鲜活故事。

国际传播一定要将这样的信息准确传递出去，海南自贸港建设不只是口号，而是动真格，并且是在迅速启动、快速发展。让有壮志的国内外企业感到：错过了深圳，错过了浦东，可不能再错过海南自贸港。

有充分地做到知己知彼，甚至也没有深刻了解中国特色社会主义的比较优势所在，于是信心不足。

伟大的国家必有丰富的故事。我们要讲哪些中国故事？讲故事绝不是像写小说、拍电影那样编个故事，而是讲中国真实的事情，讲中国的制度国情、内外政策、历史文化，讲今天中国的鲜活故事。对标世界最高水平开放形态，作为国家对外开放的重要窗口，海南自贸港建设与发展备受全球瞩目。自贸港故事，就是今天中国鲜活故事的一部分。故事多了，就形成人们的谈资、看法、印象和舆论。舆论中固定下来的部分就是形象。形象与舆论相比更具持久性。国家形象是国家“软实力”的重要组成部分，事关国家利益，包括长远利益和战略利益。习近平总书记再三强调讲好中国故事，从根本上就是为了维护国家利益，推动构建人类命运共同体。中国社会本就丰富多彩，只需在对外交往中用恰当的言行讲述自己和身边的真实故事——这些故事自然、生动、丰满、鲜活、易懂，不需要豪言壮语和华丽辞藻，中国和中国人的形象自在其中。

## 知己知彼方能讲好故事

故事很重要，那么怎样才能讲好故事？个人认为，首先要了解外国人对中国的什么事情感兴趣、有好奇心、存疑。只有知己知彼，我们所讲的故事才能让对方听得进、受启发。

以个人经历为例。我曾任上海浦东新区的第一任主任和书记。当时，邓小平同志对浦东的开发开放提出“面向世界”和“后来居上”的要求。形象地说，就是站在地球仪旁边思考浦东开发。这就要求我们面向世界讲好浦东故事，讲清楚浦东开放的定位，欢迎全世界的企业到浦东来投资、来赚钱。既然是开发开放浦东，我们对外讲浦东故事，就要重点宣传浦东的投资环境和营商环境，而不是着重宣

传浦东的气候多么好、风景多么美丽。外商不是来度假的，是来投资赚钱的，风景和气候虽然有一定吸引力，但不是主要吸引力。

具体到海南自贸港，国际传播的内容个人认为第一要主题明确，说清楚海南自贸港是面向世界开放的和它的特殊定义，别处并不具备的突出功能。这是定位和格局问题。第二，要重点宣传投资环境和营商环境。第三，要讲好外商在海南具体成功经营的故事。具体的案例才是好的故事，套话太多的故事，难有说服力。与外国企业家相处，除了与他们交朋友，为他们做好服务外，还可以借助他们在当地国的影响力，做好自贸港的推介和传播。外国人跟外国人说，会说在点子上，效果会更好。

好的故事需要广泛传播，那靠谁？当然是媒体。当下，新媒体发展迅速，传播速度快、覆盖范围广，我们自己的国际传播的载体渠道比以前要丰富，但与国外媒体保持良好沟通，依然重要。不能因为有的国外媒体骂过我们就不来往了，在多交流多沟通、在增进了解和理解的基础上可以提出意见，也可指出某次报道的错误，主动介绍真实情况，促使他们重新客观报道。我们的高级干部、党政主要负责人、公司、集团的领导一定要舍得时间，不计较有人议论“在媒体上出风头”，亲自接受国外媒体采访。“一把手”亲自说，影响力大、效果好。

## 用心跨越文化障碍

国际传播不只是把中文翻译成外文，必须用心跨越文化障碍。特别是涉及中国产生和发展的、被本国广泛认知的政治经济论述时，要提醒自己，这些我们熟知的常识，你面前的“老外”则可能是陌生的。

又比如语言障碍、生活习惯障碍、宗教信仰障碍、意识形态障碍等，我们应力求跨过这些障碍，使他们对我们的文化、国情、政策有较为准确的理解。

在国际传播中，理论说服是一大难点。如果用政治语言和哲学语言，给外国人讲中国特色社会主义，很难讲明白。而讲故事较容易避免文化障碍，对大多数外国人来说，“讲理”不如“说事儿”效果好。“说事儿”就是讲故事，故事比理论生动，易于传播，故事的内涵就是我们想要表达的道理。中国故事多，讲海南自贸港的故事、讲身边的故事，天长日久自会见效。这是国际传播工作的强大力量。

从跨越文化障碍上说，海南自贸港在国际传播中不能局限于形象定位，还要设定功能定位。浦东的功能定位是“开发浦东、建设上海、服务全国、面向世界”。上海要成为世界一流城市，成为与东京、纽约、巴黎、伦敦、新加坡等世界一流城市能够平等进行“经济对话”的城市。但当时的上海还不够格，因此开发浦东是为了建设上海，建设上海不仅带动长三角经济发展也引领全国的现代化建设，天长日久，国际舆论就会认为上海浦东的开发也是能给世界经济带来重大利益的。这就是功能定位。

海南自贸港也在从功能定位出发，加强国际传播，加强在国际经济界的“存在感”，让人们知道海南具备什么样的“特异功能”。

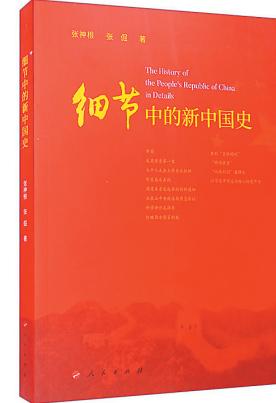
宣传片要多拍摄工地的火热场景，运用先进技术充分展现塔吊林立的繁忙景象，把主角和焦点给那些在工地上忙碌的工人、激情四射的工程师。这样的宣传片拍出来才生动，才有感染力，才能让外国人信服。国际传播一定要将这样的信息准确传递出去，海南自贸港建设不只是口号，而是动真格，并且是在迅速启动、快速发展。让有壮志的国内外企业感到：错过了深圳，错过了浦东，可不能再错过海南自贸港。

海南自贸港的国际传播不是“虚功”，是“实功”，是“硬功”，宣传得好不好，最终是以效果来判断的。

（作者为国务院新闻办公室原主任，本文为海南日报、海南国际传播中心根据访谈记录整理）

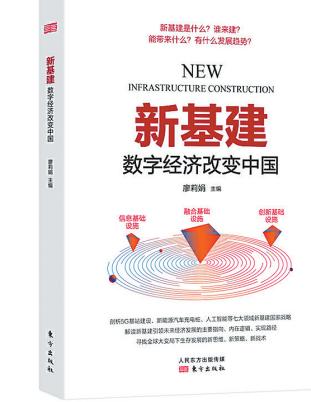
## H书里书外

### 细节中的新中国史



张神根和张倔著、人民出版社出版的《细节中的新中国史》，是一部简明通俗的新中国史。它以“一年一事”的写法，从波澜壮阔的新中国史中精选70个“大事件”，以精湛的“工笔画”笔法挖掘历史细节，深情描绘中国共产党领导下的新中国一路走来的“大写意”画卷。

## 新基建——数字经济改变中国



廖莉娟主编、东方出版社出版的《新基建——数字经济改变中国》，围绕新基建所涵盖的七大领域，全面阐释新基建的概念、涉及领域、建设项目、引领未来经济发展的内在逻辑和实现路径，深入解读中国新基建政策新动态和政策红利释放新风向及投资布局应对之策，是读懂新基建国家战略的重要参考读物。

(邓 镐)

## H观点撷英

### 建设国际消费中心城市的多重意义

□ 王微

“十四五”规划和2035年远景目标纲要提出坚持扩大内需这个战略基点，并对全面促进消费作出了一系列重大部署，“培育建设国际消费中心城市”是其中一项重要任务。

国际消费中心城市是国内消费升级的高级形态，也是对接全球消费市场、吸引全球消费者的枢纽和平台，是具有丰富消费内容、高端消费品牌、多样消费方式、优越消费环境且能够吸引全球消费者的高度繁荣的消费市场。可以说，国际消费中心城市是全球消费市场发展的制高点，是全球消费资源的集聚地，也是引领全球消费创新的风向标。

随着消费对国民经济增长的拉动作用持续提升，居民消费结构持续升级，国内外消费联动日益形成，城乡消费一体化不断强化。在此背景下，培育建设国际消费中心城市具有多重意义，既有利于全面促进消费，培育以消费为动力促进和带动经济的新增长极，又有利于畅通国民经济循环，发挥超大规模国内市场优势，打造国内国际双循环相互促进的重要环节和新型平台，还有利于增强中心城市功能，发挥其引领和带动作用，形成中心城市与周边城市合作共赢的区域协调发展良好态势。

加快培育和建设国际消费中心城市，需以国际化为导向，以全面促进消费为核心，以提升城市消费能级为抓手，多措并举。

一是优化供给结构和提升供给质量，加快聚集全球优质消费资源和市场主体，加快培育和发展各类消费服务产业，引导企业增加优质商品和服务供给，发展品牌经济。

二是建设具有全球影响力的标志性消费商圈，立足城市布局和特色，加快商业街提档升级，塑造新型消费场景，推进智慧商圈建设，完善城市商业街区基础设施，营造良好的消费基础设施和氛围，打造一批享誉世界的标志性商圈。

三是推动消费融合创新，培育壮大新型消费，大力发展战略性新兴产业、智能消费等，通过线上线下联动、商旅文体融合，推动消费新业态、新品牌、新场景、新平台加快发展。

四是加快完善城市基础设施，营造具有全球吸引力的消费环境，开展城市环境美化建设，提高服务质量和平；完善便捷高效的立体交通网络，建立健全高效物流配送体系；健全市场监管和消费维权体系。

五是发挥辐射带动作用，以中心城市为核心，加强优势互补、分工协作、协调联动，形成以中心带动周边、以周边支撑和服务中心的城市群一体化消费市场，推动区域消费联动发展。

六是完善消费促进机制，制定和完善促进消费的相关政策，提升入境消费便利化程度，完善免税退税政策，多方面提升城市消费的国际竞争力。

（作者为国务院发展研究中心市场经济研究所所长。本文摘编自《经济日报》）

A08

观点

建设自贸港·实践者说

## 建设自贸港·实践者说

习近平总书记在“4·13”重要讲话中要求，海南要“加快形成法治化、国际化、便利化的营商环境和公平开放统一高效的市场环境。”《海南自由贸易港建设总体方案》（以下简称《总体方案》）提出分阶段目标，即到2025年营商环境总体达到国内一流水平；到2035年营商环境更加优化。“十四五”期间，陵水将全面对标海南自贸港建设要求，围绕“改善营商环境就是发展生产力”，推动县域在经济社会发展重要领域和关键环节改革上的原创性探索，全力推进政府职能转变和体制机制改革，建设法治型、服务型和阳光型政府，着力打造“留学陵水、育种陵水、康养陵水”三张名片，把营商环境打造成为陵水高质量发展的“金饭碗”。

### 提高政府效能是关键

无论是招商引资，还是吸引人才，市场主体首先面对的是政府职能部门。因此，尽快提高政府效能就成为优化营商环境的首要任务，也是多方面反映的迫切任务。

一是提高政府行政效能。国内外发展经验表明，政府的公共服务和行政效率越高，本地市场竞争越强，对资本、技术、人才的吸引力越大。加快推进自贸港建设，可以借鉴国内外成功经验，深化“放管服”改革，主动取消或简化审批事项，转变管理方式，下放审批权限，为市场松绑、企业减负。为此，陵水制定了包含实施审批服务标准化、最大限度压缩审批服务时限、“一枚公章管审批”等36条新

加快实现由“门难进、脸难看、事难办”向“不进门、不见面、好办事”转变，为市场主体提供主动服务、精准服务，不断提升企业和群众的满意度。

### 强化竞争政策的基础性地位

竞争是市场机制的灵魂。国家“十四五”规划明确提出，“强化竞争政策基础性地位”，“坚持鼓励竞争、反对垄断，完善竞争政策框架，构建覆盖事前、事中、事后全环节的竞争政策实施机制”。《总体方案》提出，要强化竞争政策的基础性地位，确保各类所有制市场主体在要素获取、标准制定、准入许可、经营运营、优惠政策等方面享受平等待遇。

一是提高政府治理效能。政府治理是海南自贸港建设的一项重要内容。在信息技术广泛应用的背景下，建设数字政府是提高政府治理效能、优化营商环境的有效手段。

根据国内外相关研究，广义的竞争政策，是指构造一个有效竞争、公平竞争的市场经济体制的相关法律、制度和政策；狭义的竞争政策一般是指反垄断。从海南自贸港建设发展需求看，强化竞争政策的基础性地位，就是要推动各类市场主体公平竞争、自由使用生产要素，政府尽可能减少市场干预。政府主要任务是提供公共服务和市场监管，营造各种所有制主体依法平等使用资源要素、公开公平公正参与竞争、同等受到法律保护的市场环境。

三是提高政府服务效能。企业围着政府转，还是政府围着企业转，是衡量政府服务意识和效能、营商环境优劣的重要体现。转变政府职能，提高政府服务效能，就是要当好服务企业的“店小二”，实现服务零距离、五星级服务，构建新型“亲”“清”政商关系，把该取消的权力取消、该下放的权力下放，为促进贸易和投资自由化

便利化提供制度保障。

### 推动自贸港制度集成创新

建设中国特色自由贸易港，既是党中央赋予海南新的重大责任和历史使命，也是陵水经济社会发展的最大机遇。“十四五”时期，陵水将贯彻落实高质量发展要求，正确把握开放型经济发展新特征，以制度集成创新为核心，把经济增长动力转向依靠创新驱动发展和营商环境持续优化上，打造陵水经济升级版。

一是健全现代产权制度。产权制度是社会主义市场经济的基石。海南自由贸易港法第十八条明确规定，强化产权保护，保障公平竞争，营造公开、透明、可预期的投资环境。

二是发展混合所有制经济。“十四五”时期，陵水将鼓励发展国有经济与其他所有制经济相互融合的混合所有制经济，鼓励国有资本、集体资本、非公有资本交叉持股，相互参股、联合组建公司，积极利用资本市场发展股份制经济。鼓励各类企业通过联合出资等多种方式组建股权投资基金或债权式基金。开展混合所有制企业经营者和员工持股试点，形成资本所有者和劳动者利益共同体。进一步清理对非公有制经济各种形式的不合理规定，消除隐性壁垒，减轻企业负担，完善公平竞争、促进企业健康发展的政策和制度。

（作者为陵水黎族自治县副县长）

